



クリエートメディック株式会社

2025年 第2四半期 連結決算報告

2025 / 8 / 5 クリエートメディック株式会社

証券コード

5187

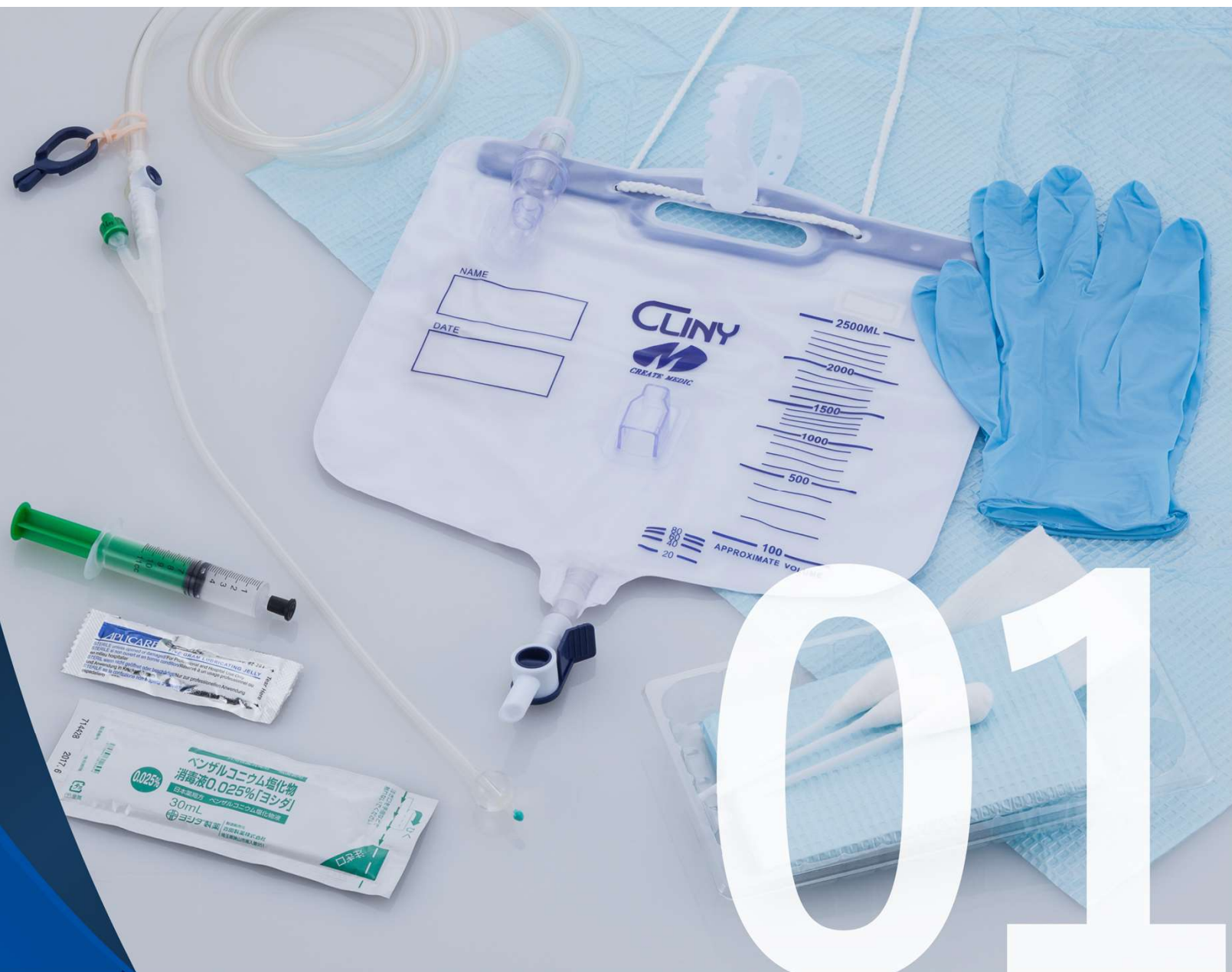




AGENDA

- 01 当社事業の概要
- 02 2025年第2四半期
決算ハイライト
- 03 2025年第2四半期
決算補足説明
- 04 Appendix：業績推移
- 05 Appendix：中期経営計画

当社事業の概要



代表取締役メッセージ

私たちクリエートメディックは からだにやさしい未来の医療を築いていきます

現在、日本国内では医療政策の見直しや物価高騰などの影響により、当社においても決して楽観視できない経営環境に置かれております。

海外に目を向けると、地政学的リスクの高まりによって市場の不確実性が増す一方で、新興国では安定した経済成長と医療需要の拡大が続いており、今後の成長機会として注目しています。

このような経営環境のもと当社は、グループ経営理念である“からだにやさしい未来の医療を築く”を基本に、将来に向けた更なる成長と社会貢献を目指して、全社の方向性を一つにする『将来構想 ～10年後のありたい姿～』ならびに当初3年間の中期経営計画を策定しました。

企業価値向上施策の実効性を高め、スピード感をもって推進するために、それに関する豊富な知見、経験を有する横浜キャピタルと事業提携を発表しました。

今後もステークホルダを重視した経営戦略を展開してまいります。

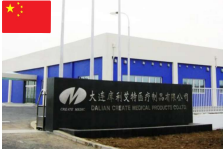
2025年8月

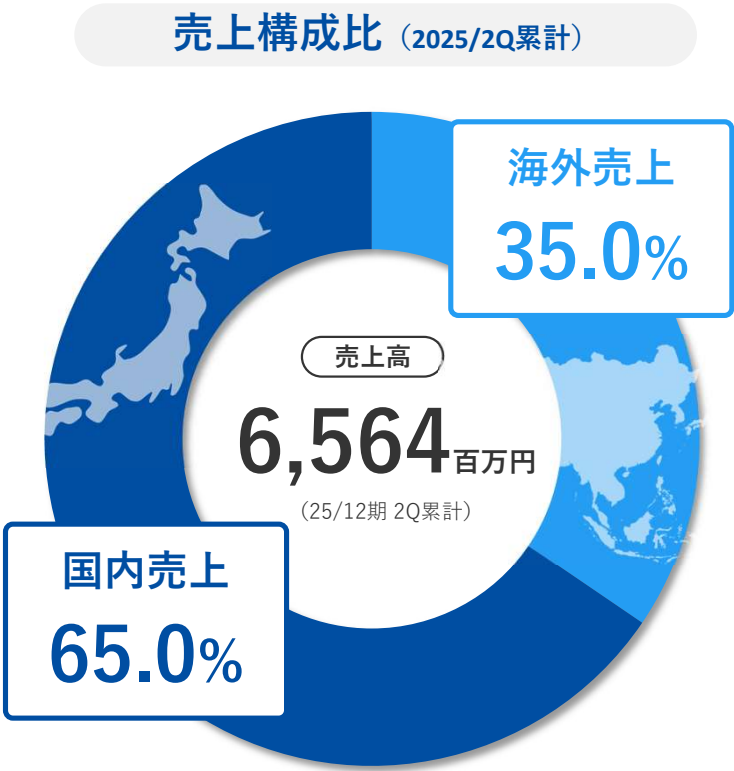
代表取締役 社長 **今澤 修**



クリエートメディックとは？

当社はカテーテルの開発・製造・販売を行う医療機器メーカー
3つの海外グループ会社を保有し、海外売上高が全体の35.0%を占める

会 社 名	クリエートメディック株式会社
所 在 地	神奈川県横浜市港北区新横浜二丁目5番地15 新横浜センタービル8階
設 立	1974年
代表取締役	今澤 修
従 業 員 数 (連 結)	1,002名 (2024年12月末時点)
グ ル ー プ 会 社	 大連クリエート 医療製品有限公司  クリエート国際貿易 (大連)有限公司  ベトナムクリエート メディック有限公司  九州クリエート メディック株式会社
事 業 内 容	シリコンラバーを主な原材料としたディスポーザブル カテーテル・チューブ及び医療機器の製造・販売



シリコンカテーテルにより、泌尿器、消化器を中心とした製品展開

当社の強み



100種類以上の 製品ラインナップ

- 患者様の体型に合わせた多様なサイズ・仕様
- 安定供給を実現するフレキシブルな生産体制



国内外生産拠点での 徹底した品質管理

- 国内外全ての生産拠点でISO13485認証を取得
- クリーンルーム環境での製造



市場ニーズに対して 機動的な製品開発

- 胃ろう造設術に使用される胃壁固定具
- 女性開発者によるデザイン性が特徴の製品

企業理念

からだにやさしい未来の医療を築く

10年後の
ありたい姿

医療を通じて大きく社会に
貢献できる企業でありたい

ブランド力と知名度の高い
企業でありたい

従業員がやりがいをもって
生き活きと働ける企業でありたい

10年後のありたい姿の実現

新たな事業の追求と深化

インド・東南アジア事業の強化・推進

基盤の構築、成長領域への投資

- ① 事業ポートフォリオの再構築
- ② 海外事業強化
- ③ M&A・アライアンスおよび新規事業

フェーズⅢ

2031年～2034年

フェーズⅡ

2028年～2030年

フェーズⅠ

2025年-2027年

2024年12月期実績

営業利益 **6.9**億円 営業利益率 **5.3**%

2034年経営目標

営業利益 **30**億円

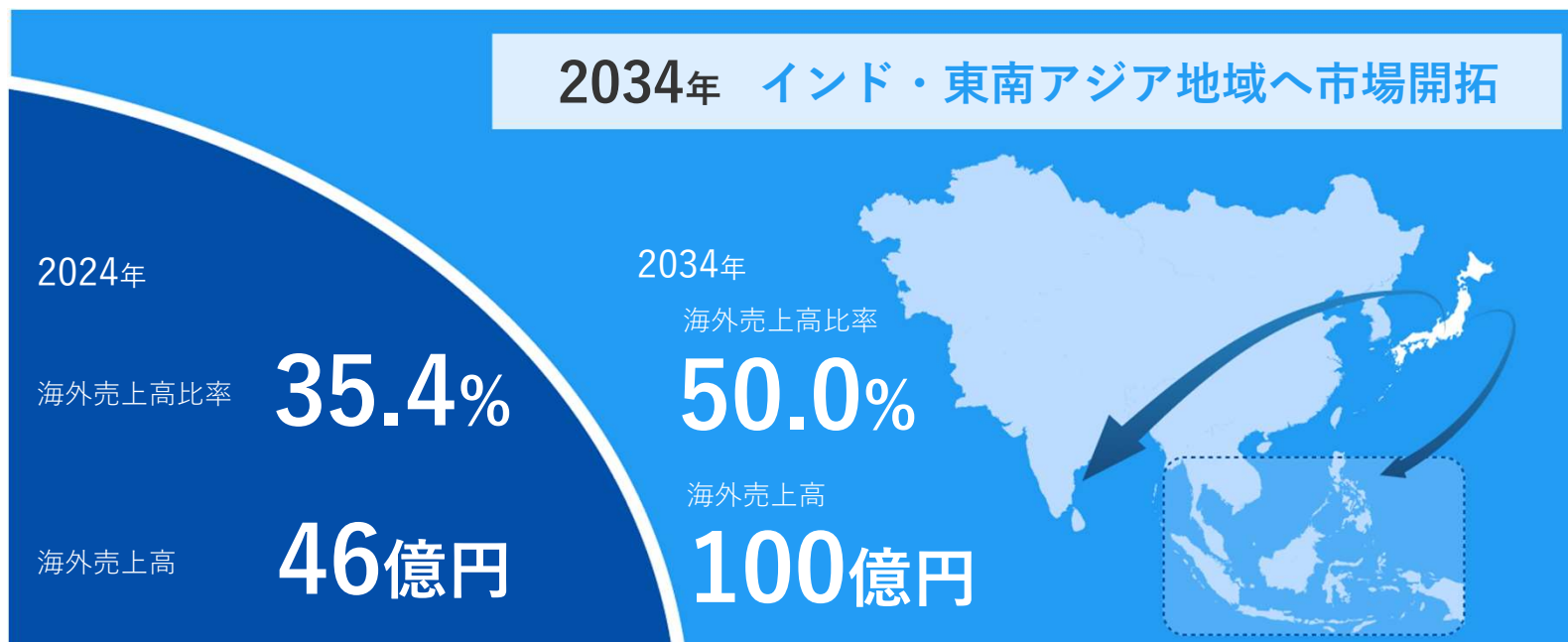
営業利益率 **15**%

2027年経営目標

営業利益 **13**億円

営業利益率 **8**%

国内の実績と高い品質を武器に、**高齢人口増が見込まれる海外市場**を開拓する



国内市場

- ・ 国内市場は飽和状態
- ・ 価格・生産性改善で利益率向上

中国市場

- ・ 主要病院中心にシェア拡がる
- ・ 中堅以下の病院、郊外エリア開拓

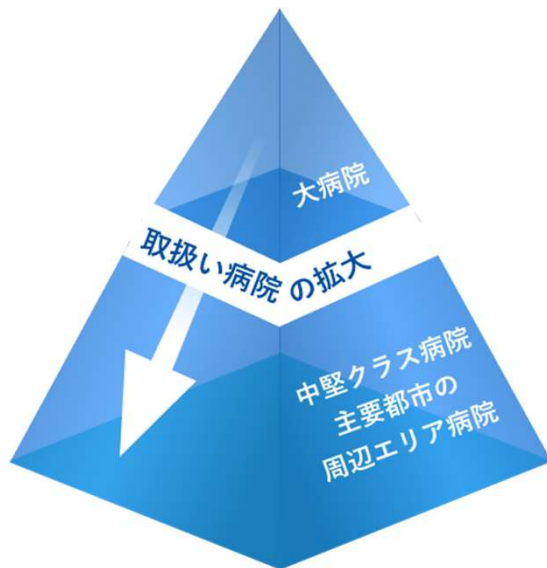
インド・東南アジア市場

- ・ 今後の成長市場はインド、東南アジア
- ・ 市場規模も拡大しており参入を図る

中国市場は今年で進出20年以上となり、主要都市へは一定の導入拡がる 中所得者層へターゲット拡大、および地方都市への販路拡大

中堅病院以下、郊外エリア開拓で
導入先拡大

主要病院での実績をもとに導入先シェア拡大を図る



既存市場の周辺アイテム投入で
病院あたり**売上高向上**

ブランドの多角化によりブランドポートフォリオの拡充

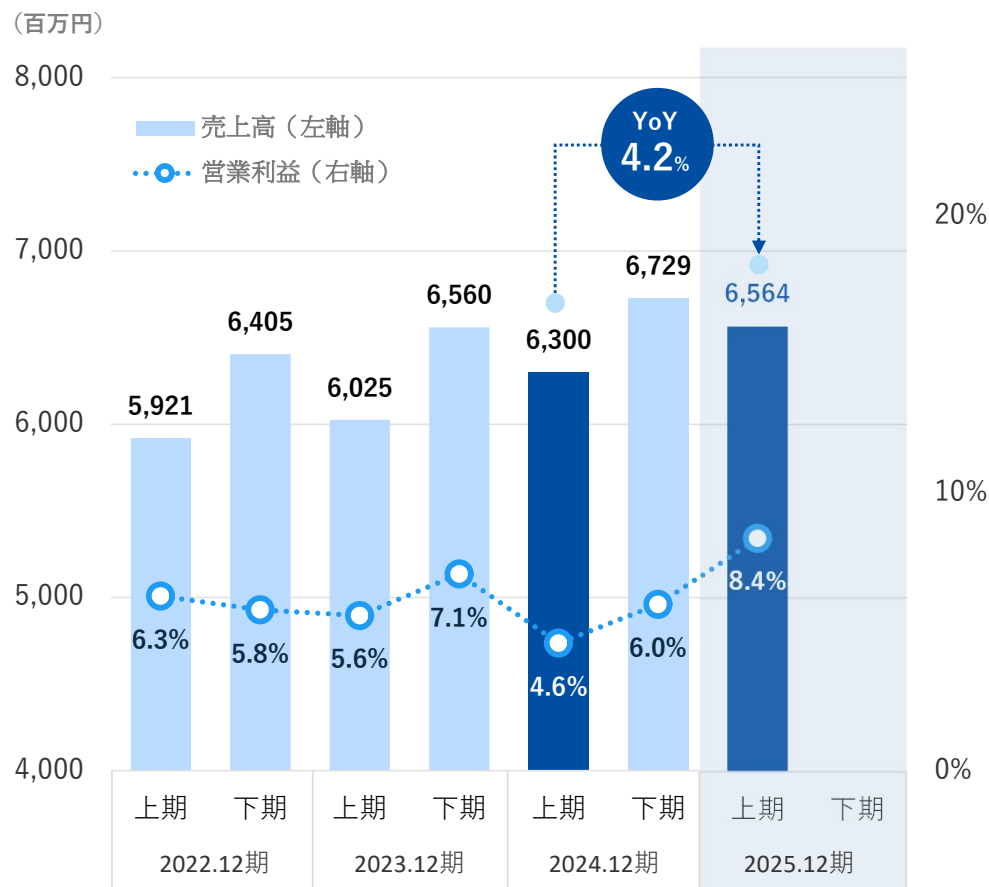


A close-up photograph of a microscope with a person wearing blue nitrile gloves. The person's hands are positioned to adjust the microscope's stage or objective lenses. The background is blurred, showing more of the laboratory setting. A large, semi-transparent blue graphic element is on the left side of the image.

2025年第2四半期
決算ハイライト

02

好調な販売と利益改善が進み、営業利益は前年同期比で88.3%増



2025/2Q累計

営業利益・経常利益が大幅伸長

売上高	6,564 百万円	前年同期比 +4.2% ↑
営業利益	548 百万円	前年同期比 +88.3% ↑
経常利益	525 百万円	前年同期比 +51.8% ↑
中間純利益	412 百万円	前年同期比 -25.0% ↓

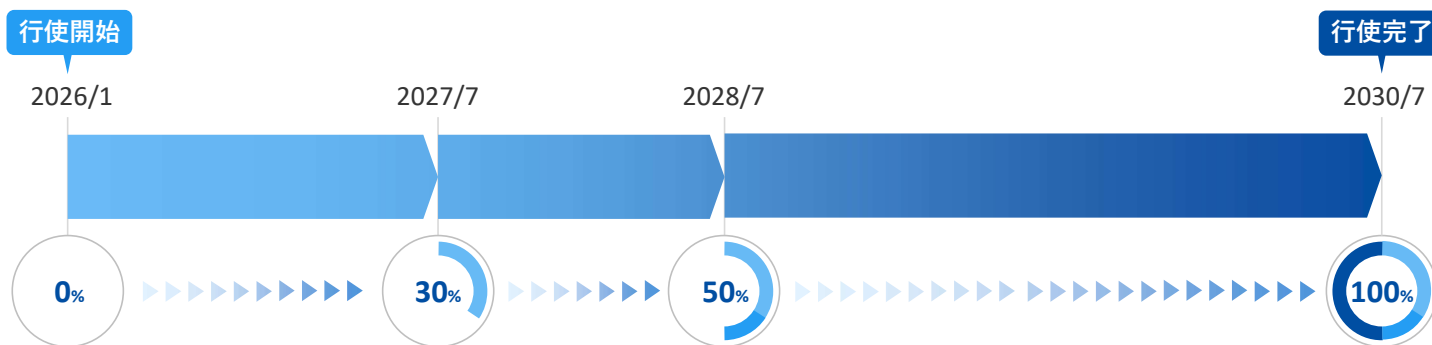
国内外で販売好調
 中期戦略の1つ「利益改善」が進む
 純利益は前期の不動産売却など一過性剥落

合計14.9億円の調達し、戦略投資の最大化と、希薄化影響を最小限にした設計

ポイント

- ✓ 調達の目的は、主要な成長戦略の1つであるM&Aの機動的な実施を実現するため
- ✓ 新株予約権の行使期間（株式化）の長期分散や株主構成比への影響を考慮した設計を行い、既存株主様の希薄化影響を最小化

新株予約権の行使/社債転換スケジュール



- 行使価額は当初951円、下限は855円に調整可能。
- 株価が最低855円でなければ行使できない。

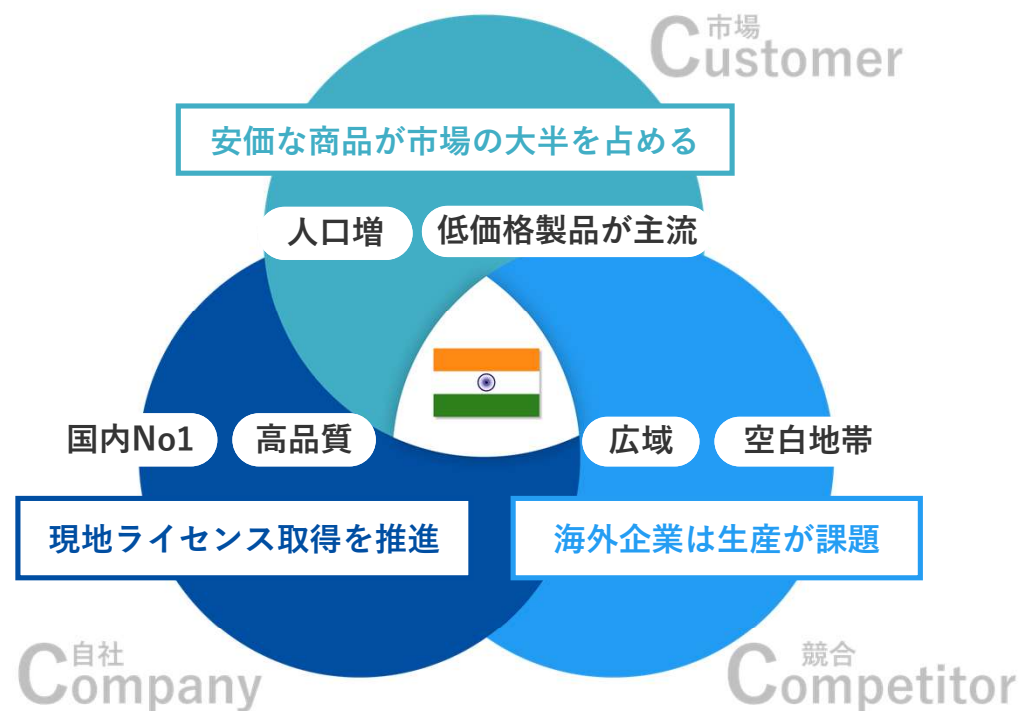


横浜キャピタルとの提携を通じて、インド市場攻略の礎を築く一歩を進める

● 世界のカテーテル市場規模

No	国名
1位	アメリカ
2位	イギリス
3位	ドイツ
4位	フランス
5位	日本
6位	中国
7位	イタリア
8位	スペイン
9位	インド
10位	オーストラリア

● インドのカテーテル市場の3C分析



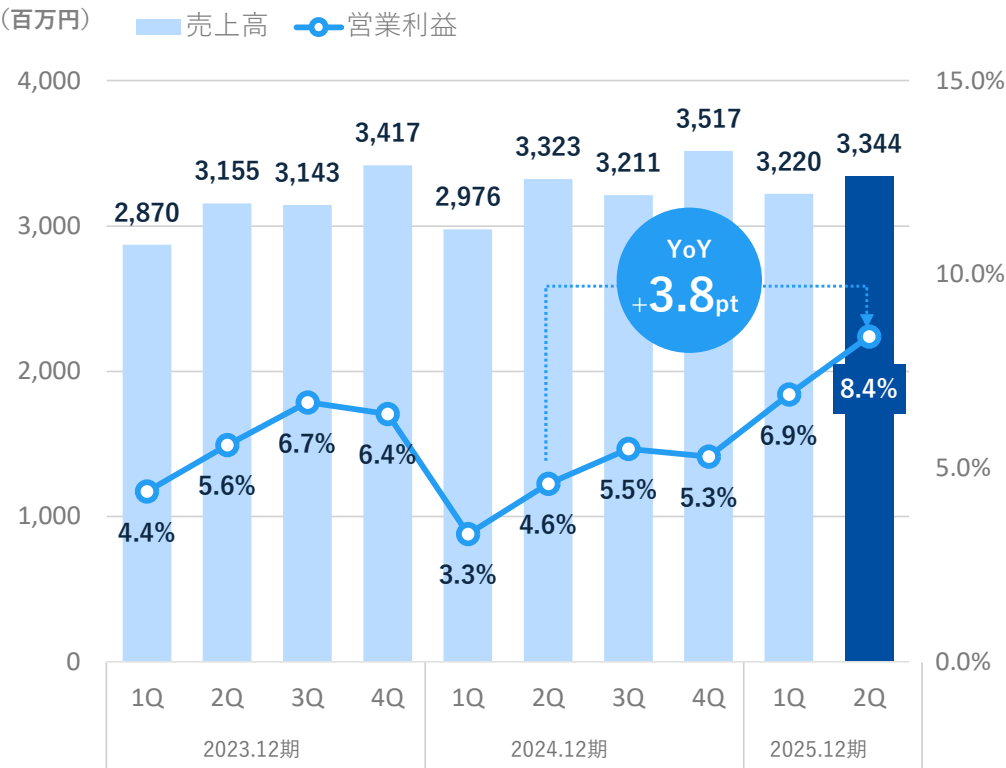
資金調達先でもある**横浜キャピタル社**と事業提携し、本格的にインド市場への進出の準備を開始

2025年第2四半期
決算補足説明

03

インフレに伴う価格改定により、想定以上の売上を確保
国内外の好調な販売に加え、粗利改善に①より利益計画を上回る成果②となった

売上高と営業利益率

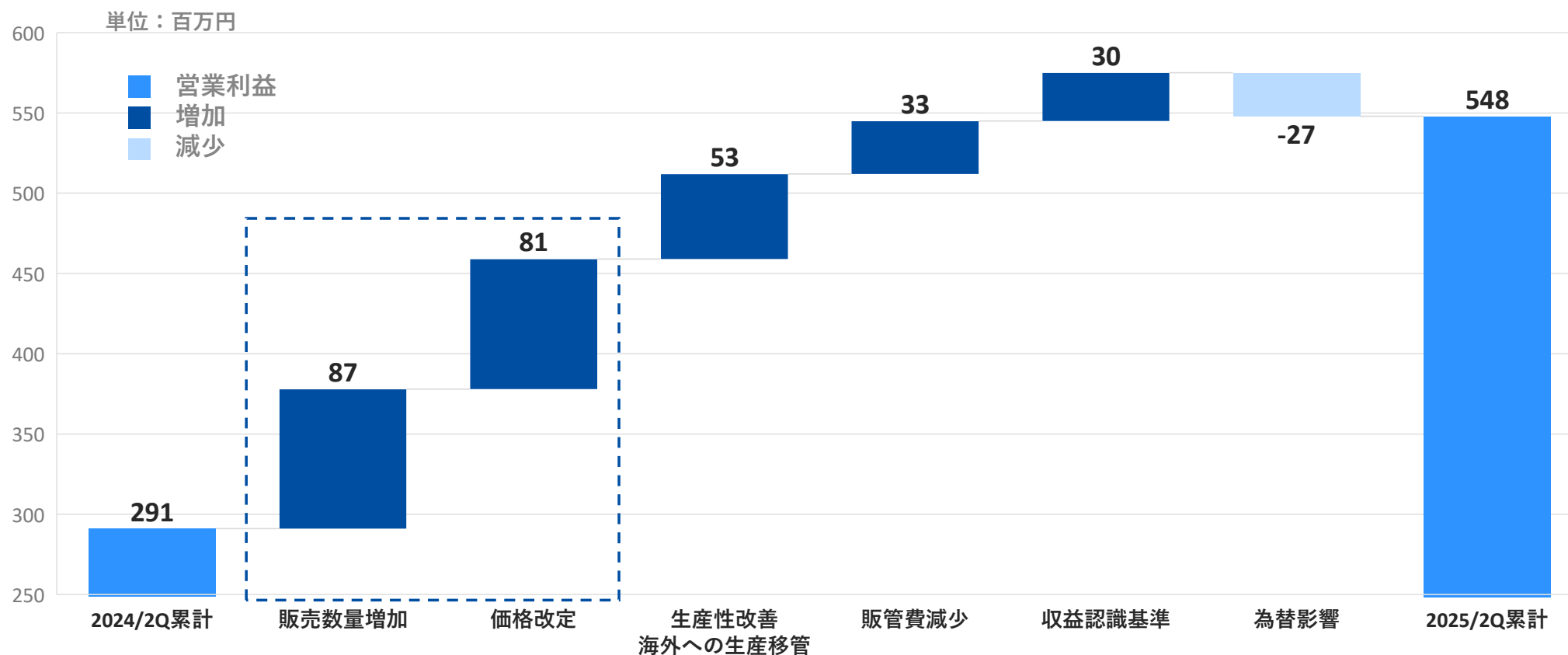


2025年 2Q 累計業績

単位：百万円	2025/2Q累計		
	実績	前期比	業績予想比
売上高	6,564	104.2%	102.6%
売上総利益	2,964	① 108.2%	—
売上総利益率	45.2%	+1.7pt	—
営業利益	548	188.3%	② 177.4%
営業利益率	8.4%	+3.8pt	+3.6pt
経常利益	525	151.8%	149.2%
中間純利益	412	75.0%	215.0%

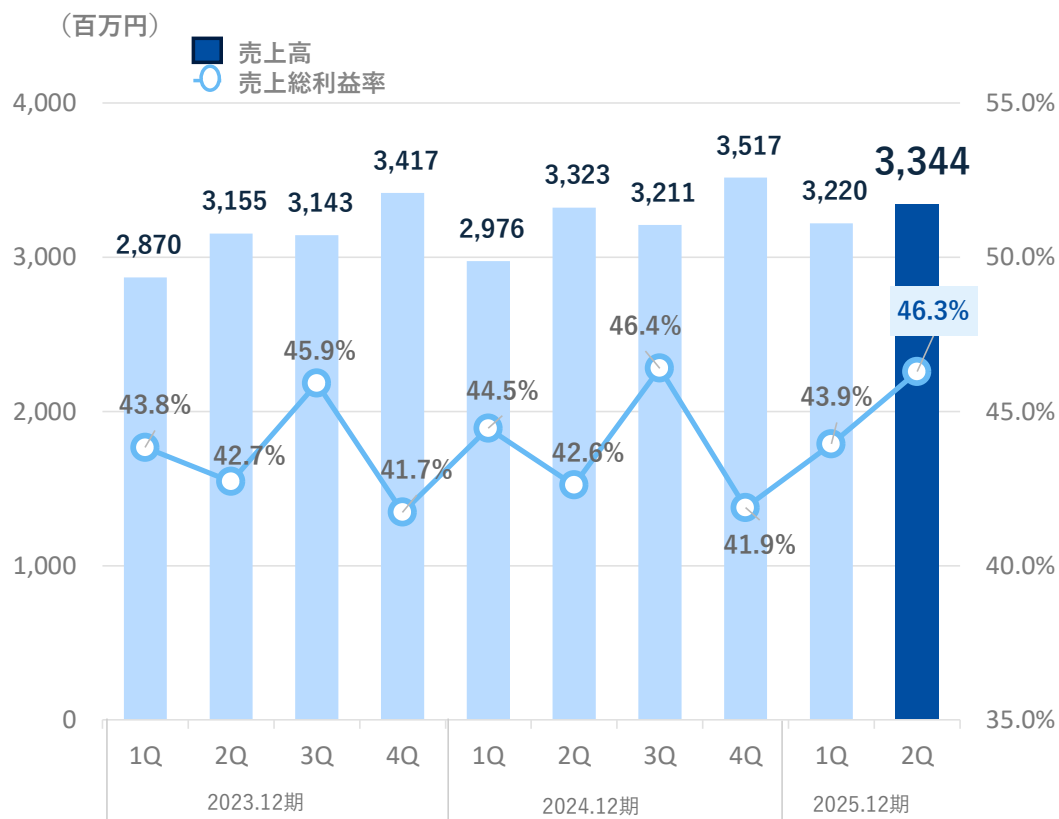
営業利益は、前年の291百万→548百万となり前年同期比で**88.3%増**

販売数の増加と価格改定の効果が大きく増益に寄与



将来の収益性改善に向けて製造拠点の見直しなど取組みが進む

売上高・売上総利益率



主な販管費

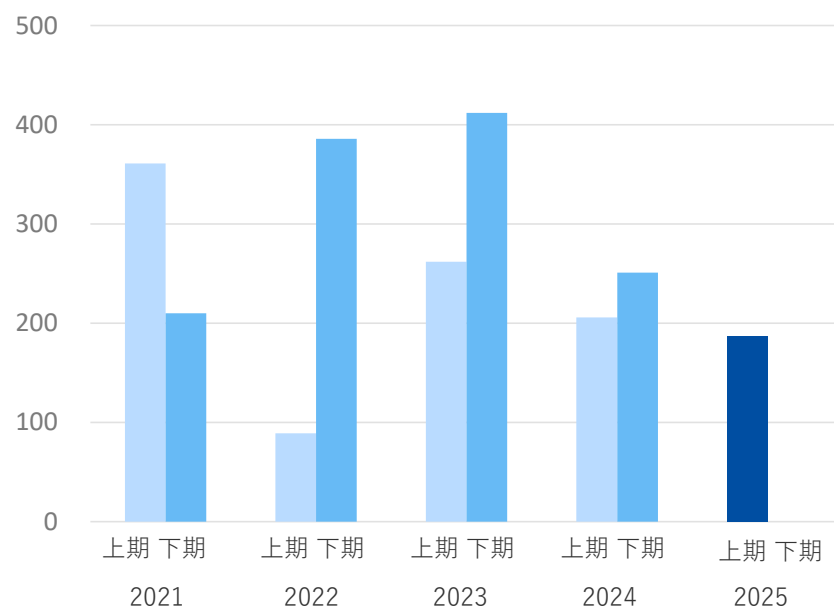
固定費の削減進め、試験研究費など投資を増やす

単位：百万円	2025/2Q累計		
	実績	前期比	
人件費	1,396	△1.1%	固定費削減
人材派遣料	23	△7.6%	
減価償却費	159	△23.2%	
支払手数料	184	+6.1%	投資の拡大
試験研究費	49	+38.8%	
販売促進費	46	+12.3%	
販管費計	2,415	△1.3%	

設備投資及び研究開発投資の推移

設備投資額

国内外の生産設備へ187百万円の投資を実施



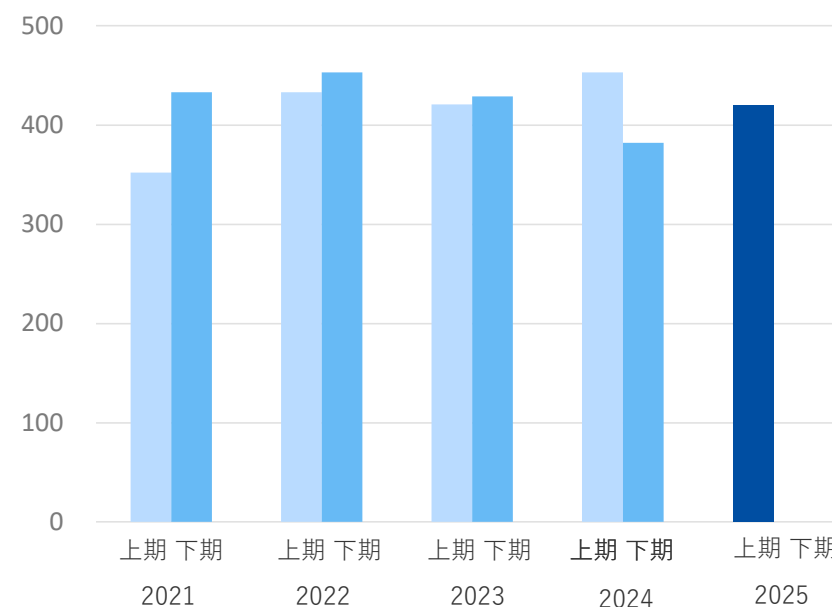
<主な設備投資内訳>

単位：百万円

国内	空調設備の更新工事	35
	生産設備の取得	22
海外	大連及びベトナム拠点の生産設備	93

研究開発費

売上高比率6.4%、420百万円を研究開発投資



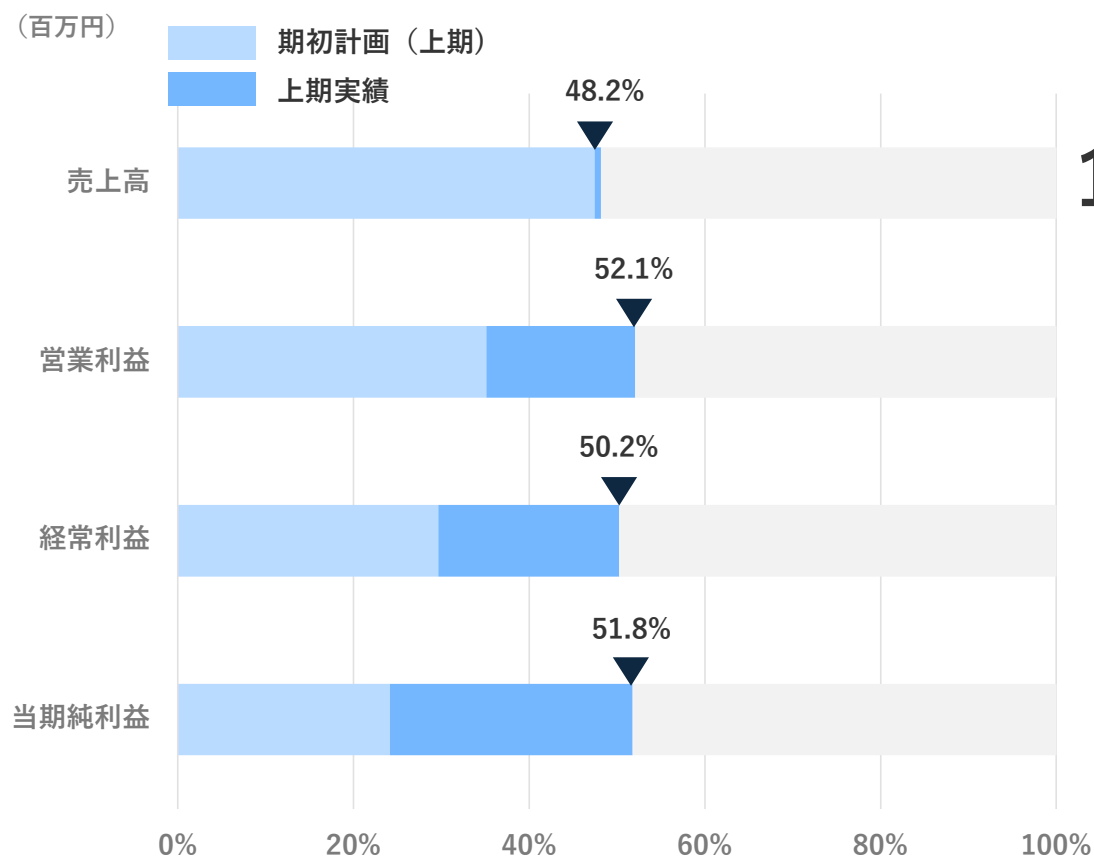
<主な増減理由>

単位：百万円

国内	事業所再編による費用負担	△23
海外	大連：開発の人的費	△9

当初計画では下期の営業利益が大きくなる前提で設計

上期で50%程度の進捗となったことで、当初計画を上回る進捗



通期業績予想

13,583百万円

1,002百万円

1,043百万円

796百万円

2Q業績予想

単位(百万円)

期初計画(上期)

上期実績

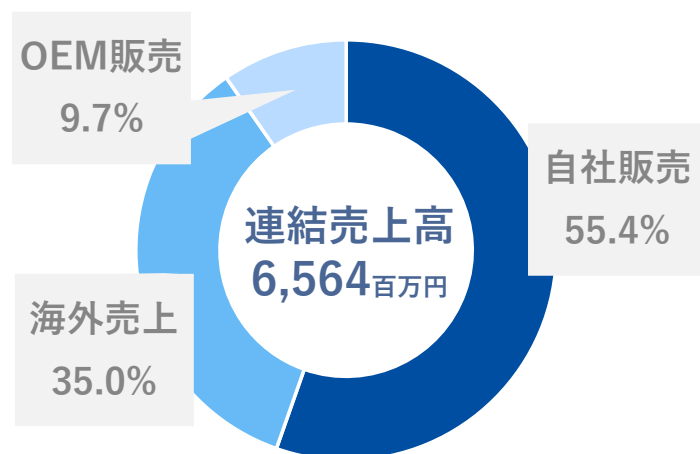
売上高 6,397 ▶ 6,564

営業利益 309 ▶ 548

経常利益 352 ▶ 525

中間純利益 192 ▶ 412

泌尿器系新製品の投入など**国内自社販売は好調**、価格改定もあり売上高伸びる
海外は、中国停滞も**欧州**で他社が自主回収となり**品質の高い当社受注伸びる**



単位：百万円	2025/2Q	2024/2Q	増減額	増減率
総合計	6,564	6,300	+264	+4.2%
自社販売	3,635	3,397	+238	+7.0%
海外販売	2,295	2,294	+0	+0.0%
OEM販売	634	608	+25	+4.2%

■ 自社販売（国内）

- ・ 2025年4月の価格改定による増加
- ・ 抗菌フォーリーカテーテル、内視鏡ガイドワイヤー等の**新製品の好調**

■ 海外

- ・ **中国**販売は消化器系製品が好調も泌尿器系製品及び生検針が減少
- ・ **欧州向け**販売が他社製品回収の影響で**受注増加**

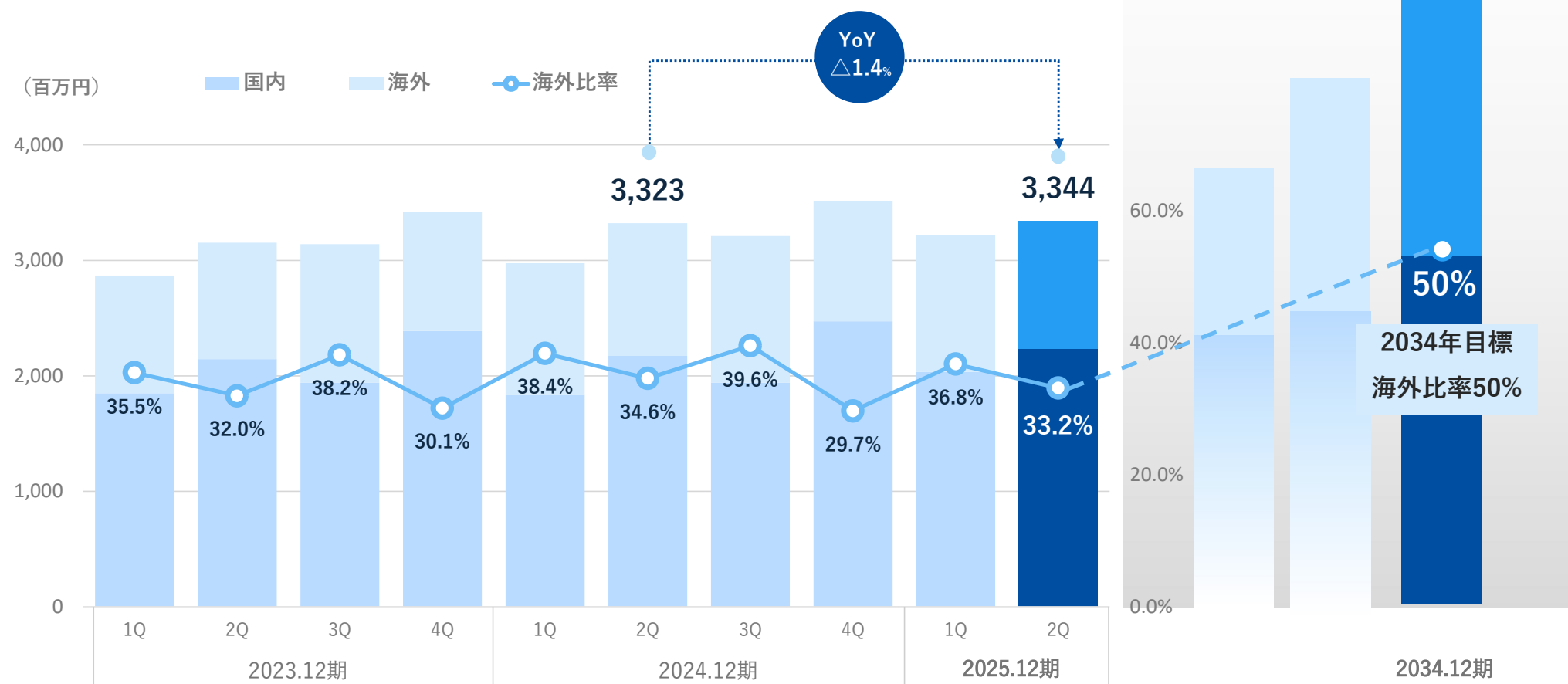
■ OEM販売（国内）

- ・ 血管系製品の販売終了
- ・ 昨年発売の消化器系製品の好調

前年比で国内の売上高比率が上昇

価格改定による単価上昇で相対的に国内比率高まる

● 売上高推移（国内外別）



貸借対照表

単位：百万円	2024/12期末	2025/2Q末	
		実績	増減
流動資産	13,940	12,623	△1,316
現預金	6,317	4,708	△1,609
売掛金・電子記録債権	3,067	2,861	△205
商品及び製品	2,091	2,363	+272
原材料及び貯蔵品	1,055	1,047	△8
固定資産	6,107	5,609	△497
有形固定資産	4,843	4,534	△309
無形固定資産	532	452	△79
投資その他の資産	731	621	△109
流動負債	3,105	1,907	△1,197
支払手形及び買掛金	534	524	△10
電子記録債務	248	149	△99
短期借入金	800	0	△800
固定負債	1,191	1,017	△174
退職給付に係る負債	836	767	△68
純資産	15,750	15,308	△442
負債純資産	20,047	18,233	△1,814

キャッシュフロー計算書

単位：百万円	2024/2Q累計	2025/2Q累計	
		実績	増減
営業CF	1,326	△24	△1,350
投資CF	556	△288	△844
財務CF	△504	△1,104	△600
期末残高	5,473	3,982	—

キャッシュフロー増減の主な理由

- 営業活動によるキャッシュ・フロー
主に、棚卸資産の積み増しによる資金の減少。
- 投資活動によるキャッシュ・フロー
主に、生産設備など有形固定資産の取得による資金の減少。
- 財務活動によるキャッシュ・フロー
主に、短期借入金の返済および配当金等の株主還元による資金の減少

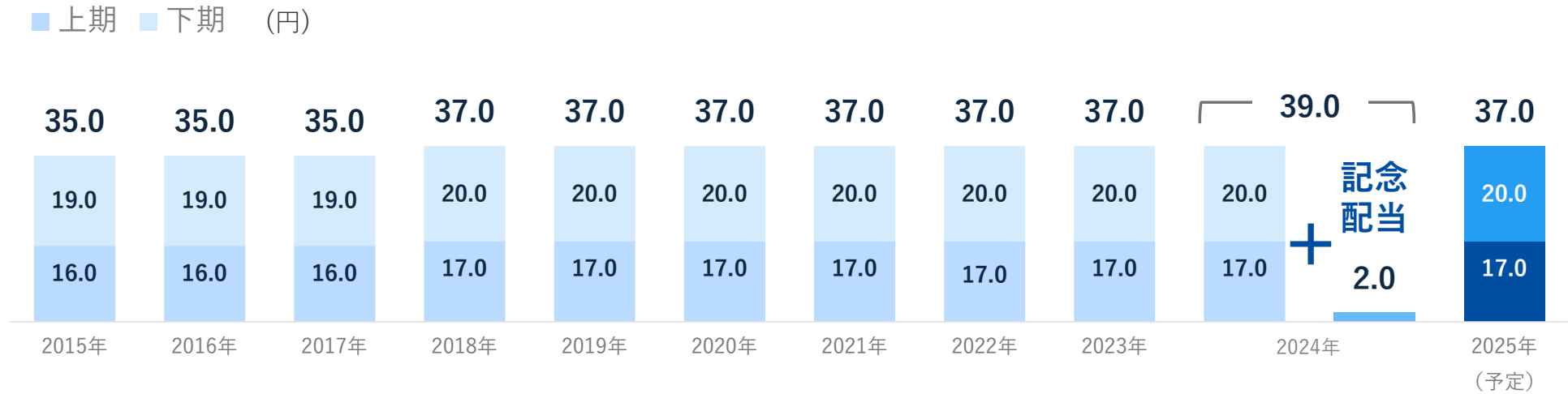
株主還元として安定的かつ継続的な配当政策と機動的な自社株買いで株主還元

● 今期配当予想

	基準日	配当金
中間配当	2025年6月30日	17.0円
期末配当	2025年12月31日	20.0円

● 自社株式の取得

株式総数	220,000株（上限）
取得金額	2億円（上限）
株式総数	2025年2月14日～2025年8月29日



Apendix : 業績推移



2025年12月期 第2四半期 数表推移表

単位：百万円	23/12期	24/12期	24/12期				25/12期 2Q累計	25/12期	
			1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q
売上高	12,585	13,030	2,976	3,323	3,211	3,517	6,564	3,220	3,344
YoY	102.1%	103.5%	103.7%	105.3%	102.2%	102.9%	104.2%	108.2%	100.6%
売上総利益	5,478	5,704	1,323	1,416	1,490	1,473	3,179	1,415	1,548
売上総利益率	43.5%	43.8%	44.5%	42.6%	46.4%	41.9%	48.4%	43.9%	46.3%
営業利益	803	692	98	192	230	171	548	221	326
営業利益率	6.4%	5.3%	3.3%	5.8%	7.2%	4.9%	8.3%	6.8%	9.7%
経常利益	872	750	106	239	199	204	525	215	309
当期純利益	154	840	59	491	194	96	412	209	203
国内売上比率	66.2%	64.6%	61.6%	65.4%	60.5%	70.3%	65.1%	63.2%	66.8%
海外売上比率	33.8%	35.4%	38.4%	34.6%	39.5%	29.7%	34.9%	36.8%	33.2%

Appendix : 中期経営計画



05



将来構想 ～10年後のありたい姿～ 中期経営計画（2025-27）

2025年2月13日
クリエートメディック株式会社



1. 将来構想 ～10年後のありたい姿～
2. 中期経営計画
 - 2.1 中期経営計画 の見直し
 - 2.2 前中期の振り返り
 - 2.3 新・中期経営計画
3. 資本コストや株価を意識した経営



将来構想 ～10年後のありたい姿～



経営理念

からだにやさしい未来の医療を築く

10年後の ありたい姿

1. 医療を通じ大きく社会に貢献できる企業でありたい
2. ブランド力と知名度の高い企業でありたい
3. 従業員がやりがいをもって生き活きと働ける企業でありたい

2034年 経営目標

売上高 200億円超

国内

海外

100億円

100億円

営業利益 30億円超
(営業利益率15%)

ROE 8%以上

※ 海外売上比率50%以上

将来構想 ～重点施策～



「10年後のありたい姿」を実現するための施策

医療を通じ大きく
社会に貢献できる
企業でありたい

QOL高める
製品開発

一人でも多くの
患者様に製品
を提供する

患者様に
安全・安心
を届ける

持続可能な
医療への貢献

ブランド力と知名度
の高い企業で
ありたい

事業ポートフォリオ
の再構築

海外事業の強化

中国

インド

東南アジア

新規事業の
立ち上げ

従業員がやりがい
をもって、活き活きと
働ける企業でありたい

企業風土改革

人事評価制度
の充実

就労環境
の向上

社員の能力開発、
適正な人員配置

将来構想 ～バックキャスト戦略～

- Phase I (2025-27) : **基盤の構築、成長領域への投資**
利益率改善、新規事業や新市場の探索と成長領域への投資
- Phase II (2028-30) : **新たな事業の追求と深化**
新規事業・新市場における事業化の推進
- Phase III (2031-34) : **10年後ありたい姿の実現**
新たな事業の収益化、既存事業の再編によるありたい姿の実現

2031
～2034

- 社会への貢献
- ブランドと知名度の向上
- 従業員のやりがい

2028
～2030

- QOL高める製品開発の実現、上市
- インド、東南アジア事業の強化、推進
- M&A・アライアンスによる製品サービスの創出

2025
～2027

社会への貢献

- QOL を高める製品開発
- 新興国のニーズ探索
- 患者様に安全・安心を届ける
- サステナビリティの推進

ブランドと知名度の向上

- 連結グループ増益確保
- 事業ポートフォリオの再構築
- 海外事業の強化
- 新規事業の立ち上げ
- 専門人材の獲得

従業員のやりがい

- 企業風土改革
- 人的資本経営の強化
- 従業員エンゲージメント
- 人材ポートフォリオ策定
- 人事評価・処遇の充実

1. 将来構想 ～10年後のありたい姿～
2. 中期経営計画
 - 2.1 中期経営計画 の見直し
 - 2.2 前中期の振り返り
 - 2.3 新・中期経営計画
3. 資本コストや株価を意識した経営



中期経営計画 の見直し



● 設立50周年を機に、新たな将来構想を策定

- 将来構想 ～10年後のありたい姿～ の構築
- 新たな経営体制による事業の推進
- 経営環境の変化
- 事業ポートフォリオ、製品ポートフォリオの再構築

● 現行計画を取り下げ、新たな将来構想を基に、新・中期経営計画を策定

現行 中期経営計画
(2023/12期～2025/12期)



新・中期経営計画
(2025/12期～2027/12期)

1. 将来構想 ～10年後のありたい姿～
2. 中期経営計画
 - 2.1 中期経営計画 の見直し
 - 2.2 前中期の振り返り
 - 2.3 新・中期経営計画
3. 資本コストや株価を意識した経営



前中期の振り返り ～経営目標の総括～



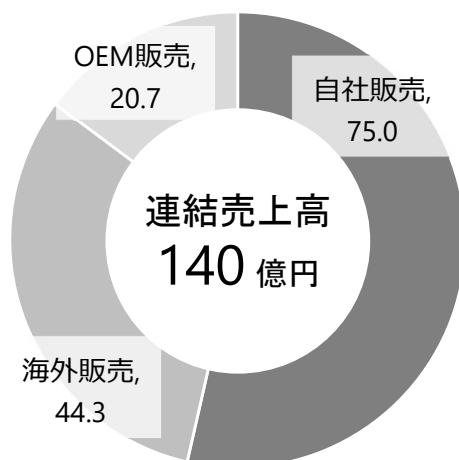
- 売上高は、OEM販売の新規案件が中止となり計画未達
- 経常利益は、原材料や物流費の高騰、円安の影響により大幅未達

中期経営目標 2025

売上高 : 140.0億円

経常利益 : 14.0億円

販売形態別売上

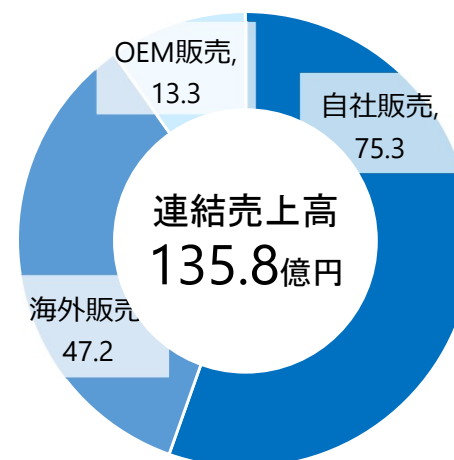


2025 業績予想

売上高 : 135.8億円

経常利益 : 10.4億円

売上・利益とも計画未達



前中期の振り返り ～重点施策の進捗～



重点施策	進捗	今後の課題
1. 国内販売の拡大	✓ 自社販売は価格改定により原価高を吸収 ✓ OEMは新規案件の取引中止	・利益率の改善 ・事業ポートフォリオ再構築
2. 海外の新市場開拓	✓ EUは撤退企業の代替需要 ✓ 東南アジアなど新興国は調査継続	・中国販売の拡大 ・インド・東南アジア進出
3. 新製品の自社開発	✓ フォーリトレイやPEG関連のタイプ追加、消化器用ガイドワイヤーなど発売	・成長投資の集中戦略 ・開発のスピード化
4. 新規事業の探索	✓ M&A、アライアンスの検討は継続	・新規事業の探索 ・M&A、アライアンス推進
5. 10年後の事業発展に資する将来構想	✓ 将来構想、バックキャスト戦略の策定	・企業風土改革 ・従業員のエンゲージメント
6. 人材の育成、多様性の確保	✓ 外国人採用の活動 ✓ 高度専門人材の獲得に着手	・人的資本経営の強化 ・人材ポートフォリオ策定
7. DX戦略の推進	✓ MD-Net（電子商取引受発注業務）の構築	・DX化、システム化推進
8. サステナビリティの取組み	✓ Y-SDGs（横浜市）、横浜健康経営の取得 ✓ マテリアリティの取組、人権方針の公表	・CO2排出削減の目標・戦略の策定

1. 将来構想 ～10年後のありたい姿～
2. 中期経営計画
 - 2.1 中期経営計画 の見直し
 - 2.2 前中期の振り返り
 - 2.3 新・中期経営計画
3. 資本コストや株価を意識した経営



- 国内：国内販売の伸び悩み、物価高騰や為替変動による原価高騰
- 海外：中国販売の成長鈍化、新興市場への期待

国内事業

医療インフラ

- 国内医療政策の変革
 - ・地域医療構想の推進、医療機能の分化と在宅医療へのシフト
- 医療保険財政
 - ・公定価格制度、共同購入による価格引下げ
- 医療機器規制による安全性の厳格化
- 環境汚染対策
 - ・酸化エチレン排出規制の対応義務化

社会・経済

- 社会・経済
 - ・地政学的リスクの高まりとサプライチェーンへの影響
 - ・世界的なインフレによる源流メーカーの値上げ
 - ・最低賃金改定による生産コストの上昇
 - ・急激な為替変動による海外生産品のコスト上昇

海外事業

中国

- 医療政策
 - ・2040年に65歳以上が2割を占める超高齢社会
 - ・医療財政の負担を基に「集中購買」、「二票制」による購入費の削減
 - ・医療機器の国産化の促進
- 社会
 - ・不動産市場の低迷と不良債権問題

欧州

- 医療政策
 - ・医療機器規制による安全性強化
 - EU：MDR認証遅れによるMDD認証延長措置
 - 英国：UKCAマーク申請延期

「中期経営計画 2027」

(2025/12期～2027/12期)

今中期は、海外事業や新規事業の種まきの期間と位置付ける

経営目標

(2027/12期)

売上高
160億円

営業利益
13億円

ROE
7.0%

将来構想 Phase I (2025-27) : **基盤の構築、成長領域への投資**

重点施策

- 1 ブランドと知名度の向上
- 2 社会への貢献
- 3 従業員のやりがい

中期経営計画 ～重点施策(1)～



1 ブランドと知名度の向上



① 連結グループ
増益確保

営業利益率
2027年
8%



② 海外事業
強化

海外売上比率
2027年
36.1%



③ 新規事業
立ち上げ

戦略的なM&A
アライアンスの推進
2件

資本コストや株価を意識した経営の推進

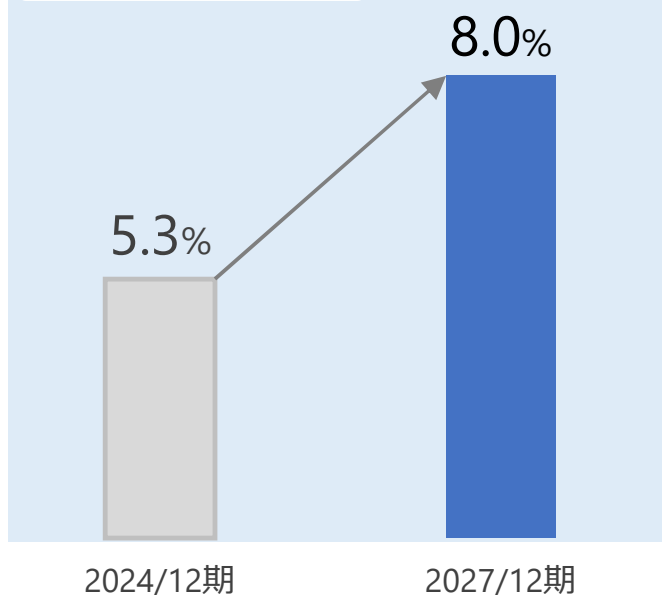
中期経営計画 ～重点施策(1)-①～



1 ブランドと知名度の向上

① 連結グループ 増益確保

売上高営業利益率



・事業ポートフォリオの再構築

- ▶ 動物・KC事業の再編

・製品ポートフォリオの強化

- ▶ **泌尿器分野の強化**（新製品開発の集中）
- ▶ 不採算品目の整理

・泌尿器系製品の採算改善、事業継続判断

- ▶ 品質の安定化
- ▶ 販売価格改定
- ▶ 仕入コストダウン
- ▶ 物流コスト削減

泌尿器系製品の
採算性の改善

・売上増強、原価低減、販管費抑制策の推進

・DX・システム化による効率化

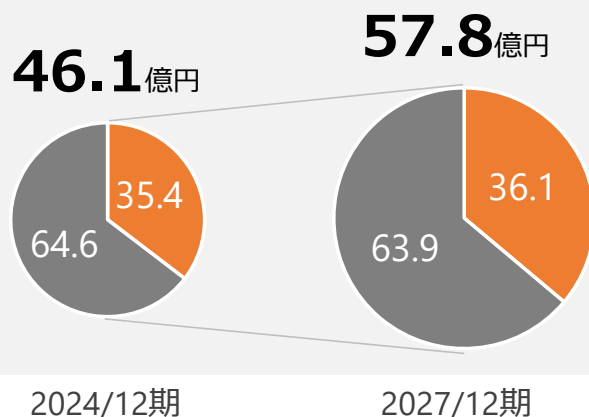
中期経営計画 ～重点施策(1)-②～



1 ブランドと知名度の向上

② 海外事業の強化

海外売上比率



M&Aによるインド事業の推進

・海外事業戦略室の新設

- ▶ 海外のマーケティング、海外進出の構築
- ▶ グローバルマーケティングの強化、拡販戦略の構築

・中国市場の販売拡大

- ▶ 製品ラインナップの充実
- ▶ 販売ネットワークの強化

※人口14億人、1人当り医療費671USD、医療機器市場416億USD

・インドの新市場開拓

- ▶ 日本品質、現地ニーズに沿った開発品の展開
- ▶ 現地販売体制の構築、M&Aの検討

※人口14億人、1人当り医療費56USD、医療機器市場182億USD

・東南アジアの新市場開拓

- ▶ インドネシア・タイ・マレーシア・ベトナムへ販売展開
- ▶ 現地販売体制の構築
(インドネシア)

※人口2.7億人、1人当り医療費157USD、医療機器市場46億USD

※医療機器市場等は、当社予測値を一部含みます

中期経営計画 ～重点施策(1)-③～



1 ブランドと知名度の向上

③ 新規事業の立ち上げ

戦略的なM&A
アライアンスの推進
2件



・新規事業開発部の新設

・新規事業の探索

- ▶ ヘルスケア領域における対象の選定
- ▶ 製品・サービスの創出
 - ・デジタルヘルス…デジタル技術を活かした健康増進や治療のデバイス
 - ・体外診断薬…センサー等を活用した検査・診断デバイス
 - ・介護事業 …介護領域の関連サービス

・M&A・アライアンスの推進

- ▶ スタートアップ企業の探索
- ▶ M&Aの検討

中期経営計画 ～重点施策(2)～



2 社会への貢献



QOLを高める 製品開発	・患者様のニーズの探索	3 すべての人に 健康と福祉を 9 産業と技術革新の 基盤をつくろう 12 つくる責任 つかう責任
新興国のニーズ 探索	・新興国・途上国の市場ニーズの探索 ・遠隔・オンライン診療を見据えた医療機器の探索	3 すべての人に 健康と福祉を 10 人や国の不平等を なくそう 17 パートナリシップで 目標を達成しよう
患者様に安全・ 安心を届ける	・患者様へ情報提供の充実 ・情報サイトの作成	3 すべての人に 健康と福祉を 9 産業と技術革新の 基盤をつくろう 12 つくる責任 つかう責任
持続可能な 医療への貢献	・医療従事者のニーズの探索	3 すべての人に 健康と福祉を 9 産業と技術革新の 基盤をつくろう 12 つくる責任 つかう責任
サステナビリティの 推進	・省エネ活動の推進 ・循環型社会の実現 ・輸送手段の効率化及びCO2排出量削減	7 エネルギーをみんなに そしてクリーンに 9 産業と技術革新の 基盤をつくろう 11 住み続けられる まちづくりを 12 つくる責任 つかう責任 13 気候変動に 具体的な対策を

中期経営計画 ～重点施策(3)～



3 従業員のやりがい

企業風土改革	・組織の活性化 ・革新的でスピード感ある企業風土の構築
人的資本経営の強化	・従業員の能力開発、若年層の積極的な登用 ・高度専門人材の獲得
従業員エンゲージメント	・柔軟な就労環境の整備 ・人事評価・処遇の充実
人材ポートフォリオ策定	・適正な人員配置

1. 将来構想 ～10年後のありたい姿～
2. 中期経営計画
 - 2.1 中期経営計画 の見直し
 - 2.2 前中期の振り返り
 - 2.3 新・中期経営計画
3. 資本コストや株価を意識した経営



資本コストや株価を意識した経営



経営指標		営業利益率	ROE	資本コスト	PBR
	2024/12期	5.3%	5.5%	4.6%	0.50倍
	2027目標	8.0%	7.0%	-	0.70倍

■ PBR1倍に向けた対応

重点施策	進捗	今後の取組
■ 中期経営計画の達成	✓ 現行計画（2023-25）は終了	・将来構想、新経営体制を基に 新中期経営計画の追求
■ 売上高純利益率の改善	✓ 自社販売の販売価格改定 ✓ 事業所集約による維持費用の削減	・販売価格の改定 ・原価低減・販管費の抑制
■ 総資産回転率の改善	✓ 本社事業所の売却	・事業ポートフォリオの再構築 ・資産の効率化、資金の有効活用
■ 企業価値の向上	✓ 株主還元の充実として 自社株買い5億円の実施	・総還元性向50%の維持 ・IR・情報開示の推進



将来情報に関する注意事項

当資料に記載されている将来情報は、現時点の見通しに基づくものであり、
予期せぬ事象や経営環境の変化により実際と異なる可能性があります